

People. Innovation. Excellence.



MANAGEMENT  
DEPARTMENT

# PROCEEDINGS INTERNATIONAL SEMINAR 2008

Optimizing Business Research and Information Technology  
for Leveraging Corporate Sustainability

Jakarta, November 11<sup>th</sup>, 2008



ISBN 978-979-16783-0-2

Management International  
**Seminar** 2008



# PROCEEDINGS

## **International Seminar Management Department BINUS 2008**

Optimizing Business Research and information Technology for  
Leveraging Corporate Sustainability

**Editors**

Haryadi Sarjono  
Idris Gautama  
Yulia Wati

**Reviewer**

Prof. Dr. Hasnah Hj. Haron  
Dr. Ferry Jie  
Dr. Harjanto Prabowo  
Dr. EA. Kuncoro  
Dr. Henny Hendarti  
Dr. Dedi Walujadi  
Dr. Budiman Notoatmodjo  
Dr. Titik Indrawati

ISBN : 978-979-18783-0-2

Copyright@2008 : Management Department BINUS University 2008

*No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, scanning or otherwise.*

**Warmest greetings!**

First of all, I would like to extend my cordial welcome to all participants of Binus University's International Seminar of Management and Business: "Optimizing Business Research and Information Technology for Leveraging Corporate Sustainability".

To our friends from overseas; welcome to Indonesia and to our fellow Indonesians coming from other cities; welcome to Jakarta.

The purposes of this one-day seminar are to promote business research outcomes, to establish main channel of exchanging research activities, and to share information related to research development, particularly in management and business area. It is specifically designed to gather academia and researchers from various backgrounds by sharing experiences with the facilitators and other group members. It also provides the ability for the participant to gain greater insight into the business research and information technology in order to leverage corporate sustainability.

I hope you will find this seminar enriching, inspiring, fulfilling and beneficial for you in the future.

Finally, I thank all members of the seminar committee for their hard work and support to ensure the smooth run of this event.

Enjoy the seminar and good luck with your business.

**Dr. Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM.**  
**Dean of Faculty of Economics and Business**





### **Greetings from Management Department!**

This International Seminar with call for papers is intended to be a communication and publication of research vehicle for researchers, business practitioners and academicians to share ideas in regards with the theme of this seminar.

The reviewers and committee have worked hard to make this seminar run. Thank you. Many thanks also to Ministry of Cooperatives and SMEs of Republic of Indonesia, paper contributors, presenters and all participants from domestic and neighboring countries.

Papers contributed use various methodologies to conduct the studies embodied, this is a very interesting phenomenon to be considered and practiced where appropriate and also mind provoking.

This seminar is the first International Seminar run by Management Department, Bina Nusantara University. Many inputs were received before this seminar is conducted, and the success of this International Seminar 2008 is the accumulation of roles of all related parties. We do hope these contributions may produce a fruitful development for science and business world.

Jakarta, 11<sup>th</sup> November 2008  
**Idris Gautama So, MM, MBA, CBC**  
**Head of Management Department**



### **Preface**

In order to implement the three principles of education of college as stipulated by the prevailing laws and regulations, the lecturers play strategic role. Lecturers as professional educators and scientists whose basic duty is to transform, develop and disseminate knowledge, technology and art through education, research and public service. As professional staff, lecturers are demanded to always make innovative and inventive efforts in the area of knowledge to which they are responsible.

Such innovative and inventive works may be achieved through a number of focused activities or public service and they may also be achieved through the feedback of the application of then outcome of research which will be provide to the community.

As the consequence of professionalism of a lecturer in his/her field, therefore a lecturer should reach a level of competence in the area of knowledge to which he shall be responsible. Those innovative works should be disseminated as an individual actualization for public. One way is through this International Seminar.

Nothing is perfect, so is this International Seminar first conducted by Department of Management, Binus University, but from the bottom of my heart, I, as the Chairman of the Committee would like to extend my apology.

May God is always with all of us.

Jakarta, Tuesday 11<sup>th</sup> November 2008

**Haryadi Sarjono ST., MM.**  
**Chairman of International Seminar Committee**

## TABLE OF CONTENT

	Page
Cover Page	i
Notes from Dean of Faculty of Economy and Business	ii
Notes from Head of Management Department Preface	iii
Notes from Chairman of International Committee	iv
Table of Content	v

## PAPERS CONTRIBUTION

### ✓ Business Research

Myers-briggs type Indicator (MBTI) Analysis to teamwork Dynamic Behaviour Decision Making in Heavy Equipment Company	Rudy Aryanto	1
Action Research for Empowering Aided Cooperatives	Budiman Notoatmojo	6
Cockpit Management : Ergonomically Meeting Room Turning Strategy into results	Argogalih; Natasha Gabriella	13
Integrated Solution for Garment Industries	Hendra Achmadi	20
Intellectual Capital Growth and Firm Future Performance : an Analysis using latent variable Growth Curve Modeling	Setyo Hari Wijanto; Istianingsih	29
JIT Purchasing and Performance : an Exploratory Analysis of Buyer Perspectives	Yolanda M Siagian	37
Research Case Study for PT. IF	Rudy Sudirga	47
Performance Comparisons of Brute Force and Knuth Morris Pratt Algorithms for String Matching Problem	Siti Rohajawati; Sri Setyaningsih; Prihastuti H. Ramdan; Setia Permana	52
Incentive System Proposition Based on Work Operation Design and the Influence on Performance at olt Metal Works	Widdy	59
Analysis of Illection Lesson with Approachment Markov Method	Haryadi Sarjono; Andrianto Susilo	64
Inventory Management of flowers at the Flower Man	Ferry Jie; Sussan Nguyen; Steven Tamvakellis; Idris Gautama	72
The Analysis of Strategic Plan to Achive Quality Guest Services in The Four Star Hotels in West Jakarta	Hera Oktadiana; E.A. Kuncoro	81



Enhancing Service Experience Through Understanding Employee Experience Management	Mahmod Sabri Haron; Kaveh Abhari; Norizan Mat Saad	91
---	--	----

### ✓ **Corporation Sustainability**

Corporate Social Responsibility and Business Sustainability in Indonesia	Agustinus Prasetyantoko	97
Effect Corporate Governance to Earning Management and Earning Quality on Manufacture Industry of Indonesia	Friederick Hutapea; Agus Zainul Arifin.	102
Research of Income Increase Subsidy's ( <i>tunjangan peningkatan penghasilan/tpp</i> ) Influence Toward the Employee's Performance of National Coordination Centre for Family Planning (BKKBN) in Administrative District of South Jakarta	M. Qudrat Nugraha; Evi Erawati	111
The Determinants of Directors' Remuneration in Malaysian Public Listed Companies	Hasnah Haron; Joanne Meng Fong; Sofri Yahya; Ishak Ismail	123
Factors influencing Unethical Behaviour of Insurance Agents	Ishak Ismail; Hasnah Haron; Sheikh Hamzah Sofri Yahya	139
CSR Disclosure in Indonesia : Empirical Evidence from Big and Small Companies Listed at Indonesia's Stock Exchange	Ersa Tri Wahyuni; Nadia Paramita	153

### ✓ **Marketing**

An Analysis on the Distributor's Capability to Influence the Retailers' Buying Behavior	Retno Dewanti; Tjia Fie Tjoe; Alec Dyan; Marcel Arden	160
Green Marketing to Outrival amongs Resorts in Kepulauan Seribu Area	Rudy Aryanto	167
Level analysis of Customer Satisfaction (Case Study in Hawaian Vegetarian Restaurant of Muara Karang)	Cecep Hidayat; Mesael	183
The effect of Service Quality and Interpersonal Communication Toward company image (a case study at PT. Kapasan Oriental Express Surabaya)	J.E. Sutanto; Charly Hongdiyanto	190
Advertising elements influence analysis of poldan mig medicine concerning perceived quality and consumer brand loyalty	Hartiwi Prabowo; Chrisye; Stevenlay	196

## LEVEL ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY IN HAWAIIAN VEGETARIAN RESTAURANT OF MUARA KARANG)

Cecep Hidayat and Mesael  
BINUS University

### ABSTRACT

Customer needs is the main focus of marketing concept and the ends is the profit through customer satisfaction. Restaurant is a type goods (food) and service business with the same proportion between them. Customer satisfaction in a restaurant can be seen from its service quality and offered product. This study measures level of customer satisfaction on products and services in Hawaiian Vegetarian Restaurant of Muara Karang and determines factors of priority related to the level of satisfaction. The main theory used are product attribute, service quality dimension, gap analysis, and cartesius diagram model and uses descriptive analysis method with questionnaire as a main instrument. Population of the study is Vegetarian Hawaiian Restaurant and it takes 100 customers random sample as respondent. We use gap analysis between performance and importance, and cartesius diagram to decide the level satisfaction and the priorities. The satisfaction level in the study (based on interval class formula) is divided into 5 satisfaction levels namely; very dissatisfied, dissatisfied, rather satisfied, satisfied, and very satisfied. The result of this study (gap analysis) showed that the customers are rather satisfied (middle level) , but we suggest that Hawaiian Vegetarian Restaurant may improve the priority factors that cause customer dissatisfaction. The factor causing dissatisfaction based on cartesius diagram analysis are food price reach, food price which is cheaper than other restaurant, concern in customer need and the neat worker in wearing their uniforms.

**Keywords :** customer satisfaction, gap analysis, cartesius diagram

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dari lima fungsi utama operasional suatu bisnis. Kebutuhan pelanggan merupakan fokus utama dalam konsep pemasaran dan tujuan akhirnya adalah keuntungan melalui kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan sebuah restoran dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Keduanya memiliki kedudukan yang sama pentingnya dalam sebuah bisnis yang berbentuk restoran.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran sampai seberapa jauh perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan yang berkaitan dengan beberapa atribut produk dan berbagai aspek pelayanan. Kepuasan pelanggan dapat digunakan juga sebagai ukuran tidak langsung keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Analisis kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk mengevaluasi keberadaan produk dan pelayanan yang tersedia sehingga akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Manfaat lain pengukuran kepuasan pelanggan perusahaan antara lain mengurangi biaya, meningkatkan pendapatan, memberikan informasi manajemen yang baik, meningkatkan produktivitas serta moral karyawan yang lebih baik, dan berbagai keuntungan lainnya.

Sehubungan dengan tuntutan perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat di tengah-tengah persaingan yang sangat kompetitif, perlu diadakan pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui apakah produk dan pelayanan masih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan atau harus diperbaharui lagi. Bagaimanapun kepuasan pelanggan pada akhirnya turut menentukan tingkat profitabilitas sebagai tujuan akhir suatu bisnis. Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang merupakan salah satu restoran di Jakarta yang mencoba memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan sehat yang berasal dari tumbuhan alami, bersih, praktis, bervariasi, dengan harga yang bersaing. Jika ingin tetap eksis di tengah perubahan dan persaingan yang sangat ketat tersebut, maka restoran Hawaii Vegetarianpun harus senantiasa melakukan evaluasi kepuasan para pelanggannya.

Berdasarkan uraian singkat yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan di Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Disamping pengukuran kepuasan, juga ingin diketahui faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas perbaikan dalam menangani permasalahan kepuasan tersebut.

Dari uraian singkat latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan pokok sebagai berikut:

#### RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang?
2. Faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas utama perbaikan berkaitan dengan kepuasan pelanggan tersebut?

#### Tujuan dan Manfaat Penelitian



Tujuan dari penelitian adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang telah diberikan Restoran Hawaii vegetarian Muara Karang..
  2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas utama berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan tersebut.
- Adapun manfaat dari penelitian antara lain adalah:
1. Sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan mengenai kebutuhan kebutuhan pelanggan berkaitan dengan pelayanan dan produk sebuah restoran.
  2. Memberi rekomendasi yang dapat dipertimbangkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan planggan sebuah restoran.

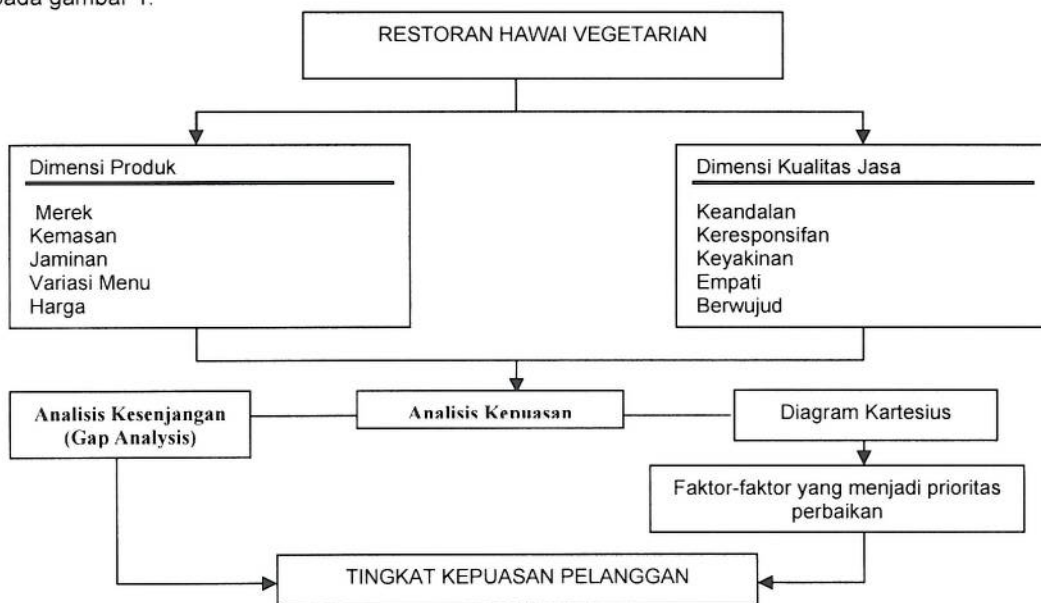
### Ruang Lingkup Penelitian

Variabel yang diukur adalah kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Data diambil dari para pelanggan yang mengkonsumsi produk dan pelayanan restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Kesenjangan (gap) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *gap* eksternal (*gap* 5), yaitu membatasi diri hanya pada kesenjangan diantara kinerja perusahaan yang dirasakan responden dengan harapan responden terhadap kinerja restoran tersebut.

### Kerangka Pemikiran

Pedoman dalam menentukan butir-butir pertanyaan yang digunakan mengukur kepuasan pelanggan digunakan empat dimensi atribut produk dari **Tjiptono** (2002,p103), dimensi kualitas jasa dari **Umar** (2005,p38), dan kepuasan/analisis kesenjangan dari **Kotler** (2003,p61), dan diagram kartesius dari **Supranto** (2003,p72).

Analisis kesenjangan (*gap analysis*) dalam penelitian ini bertitik tolak dari definisi kepuasan (Kotler) yang pada intinya merupakan kesenjangan antara kinerja dan harapan. Karena menggunakan analisis kesenjangan dalam mengukur kepuasan, maka butir-butir pertanyaan tersebut dikategorikan kedalam dua kelompok yaitu kelompok kinerja (*performance*) dan kelompok harapan (*importance*) yang pada akhirnya menghasilkan skor nilai kesenjangan (negatif atau positif). Nilai kesenjangan negatif menunjukkan ketidakpuasan, dan nilai kesenjangan positif menunjukkan kepuasan. Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kepuasan maka skor nilai kesenjangan yang diperoleh dikategorikan ke dalam 5 tingkatan kepuasan dengan menggunakan skala likert. Dari nilai-nilai kinerja dan harapan tersebut juga dapat dipetakan kedalam sebuah diagram yang bernama Diagram Kartesius. Dari diagram inilah pada akhirnya diketahui faktor-faktor yang menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki berkaitan dengan skor tingkat kepuasan yang diperoleh. Secara ringkas analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran pada gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Analisis dengan tujuan untuk mengetahui variabel mandiri (satu variabel) yaitu tingkat kepuasan pelanggan berkaitan dengan produk dan



pelayanan Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Deskriptif dalam penelitian ini maksudnya adalah mencoba memaparkan hasil pengukuran variabel tingkat kepuasan pelanggan sehingga sampai pada kesimpulan tentang tingkat kepuasan pelanggan. Analisis maksudnya adalah dari hasil pemaparan tersebut coba dianalisa dan ditentukan variabel-variabel mana yang bisa dijadikan prioritas utama perbaikan bagi perusahaan berkaitan dengan hasil kepuasan atau ketidakpuasan yang diperoleh.

Jumlah anggota populasi penelitian sebenarnya serta kerangka sampling tidak diketahui. Dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 100 responden pelanggan restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel tidak acak (*non-random sampling*), yaitu *accidental sampling*. Sumber data utama penelitian ini adalah data primer (responden / pelanggan restoran hawaii Vegetarian Muara Karang) dengan instrumen utama kuesioner. Untuk memudahkan pemahaman responden tentang kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*), maka digunakan pedoman pembuatan kuesioner kepuasan pengguna yang dikemukakan oleh Remenyi (2003, appendix F, p 333)

Data dianalisis dengan menggunakan analisis kesenjangan (*gap analysis*), dan diagram kartesius. Pengujian validitas dan reliabilitas instrument dilakukan terhadap 30 responden (di luar sampel). dengan menggunakan uji validitas *Product Moment* dan uji reliabilitas *Alpha Cronbach*.

Tempat penelitian adalah Restoran Hawaii Vegetarian berlokasi di jalan Muara Karang Blok 08 Timur No 57-58 Jakarta Utara. Fokus perhatian penelitian adalah pelanggan Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Waktu penelitian berlangsung dari tanggal 31 Januari sampai dengan 30 Maret 2006.

### Pengolahan Terhadap Data yang Terkumpul

Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada 100 responden pelanggan Restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Dari 100 kuesioner yang disebar, diperoleh data yang valid sebanyak 100 kuesioner (100%) yang semuanya dikembalikan dan dianggap layak digunakan sebagai data penelitian karena semua responden mengisi secara lengkap dan sesuai dengan petunjuk pengisian.

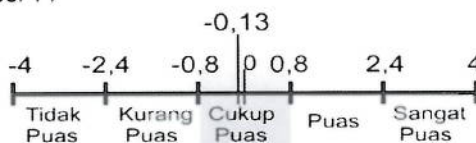
Kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan kualitas pelayanan terdiri dari dua bagian utama, yaitu bagian pertama kinerja restoran, bagian kedua harapan pelanggan terhadap produk dan pelayanan restoran tersebut. Indikator-indikator utama pertanyaan yang mewakili sepuluh dimensi atribut produk dan kualitas jasa adalah seperti terlihat dalam tabel 2.

Untuk mengetahui validitas butir pertanyaan dari kuesioner maka dilakukan pengujian dengan menggunakan metode *product moment*. Sedangkan untuk mengetahui reliabilitas kuesioner dilakukan pengujian dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Perhitungan tersebut digunakan dengan bantuan SPSS versi 12.0 for windows. Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden (di luar 100 responden utama). Hasil pengujian validitas dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh bahwa seluruh butir pertanyaan valid (di atas angka  $r$  tabel sebesar 0,13). Hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai alpha sebesar 0,851 untuk instrumen kinerja dan 0,804 untuk instrumen kepentingan. Setelah melakukan perhitungan dan didapatkan kuesioner yang telah *valid* dan *reliable* maka kuesioner tersebut disebarkan kepada 100 responden untuk mengukur kepuasan pelanggan.

### Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan (*gap*), dan penggunaan skala likert dalam pengkategorian tingkat kepuasan dengan 5 kelas interval (gambar 2), diperoleh bahwa dari keseluruhan indikator yang diteliti berada pada tingkat cukup puas (-0,13). Pada tabel 1, juga dapat diketahui bahwa dimensi harga memiliki *gap* yang paling besar dari antara indikator lainnya yaitu sebesar -0,29, hal ini menunjukkan kinerja dari perusahaan masih dirasakan kurang baik oleh konsumen. Sehingga indikator-indikator dari dimensi ini hendaknya menjadi prioritas perusahaan dalam melakukan perbaikan – perbaikan dimasa yang akan datang. Sedangkan dimensi variasi menu dan keandalan memiliki GAP yang paling kecil diantara dimensi lainnya yaitu masing – masing sebesar -0,045, sehingga kedua dimensi ini hendaknya terus dipertahankan oleh perusahaan. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil keseluruhan *gap* dalam penelitian ini yaitu sebesar -0,13, sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang adalah cukup puas.

Data dari hasil analisis kesenjangan per pertanyaan, dimensi, dan secara keseluruhan dapat dilihat dari tabel 1.



**Gambar 2. Hasil GAP dengan Skala Likert**

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

**Tabel 1. Rangkuman Analisis Kesenjangan (Gap Analysis)**

No.	Per-pertanyaan				Per Dimensi				GAP keseluruhan			
	Kinerja	Harapan	GAP	Ket.	Kinerja	Harapan	GAP	Ket.	Kinerja	Harapan	GAP	Ket.
1	3.72	4.01	-0.29	Cukup Puas	3.77	3.93	-0.16	Cukup puas	3.71	3.84	-0.13	Cukup Puas
2	3.82	3.85	-0.03	Cukup Puas								
3	3.79	3.8	-0.01	Cukup Puas	3.76	3.88	-0.12	Cukup puas				
4	3.73	3.96	-0.23	Cukup Puas								
5	3.73	3.78	-0.05	Cukup Puas	3.7	3.79	-0.09	Cukup puas				
6	3.67	3.79	-0.12	Cukup Puas								
7	3.7	3.74	-0.04	Cukup Puas	3.77	3.82	-0.05	Cukup puas				
8	3.84	3.89	-0.05	Cukup Puas								
9	3.28	3.86	-0.58	Cukup Puas	3.53	3.82	-0.29	Cukup puas				
10	3.6	3.84	-0.24	Cukup Puas								
11	3.7	3.75	-0.05	Cukup Puas								
12	3.62	3.68	-0.06	Cukup Puas	3.63	3.67	-0.05	Cukup puas				
13	3.63	3.66	-0.03	Cukup Puas								
14	3.84	3.88	-0.04	Cukup Puas	3.74	3.81	-0.06	Cukup puas				
15	3.74	3.82	-0.08	Cukup Puas								
16	3.65	3.72	-0.07	Cukup Puas								
17	3.7	3.76	-0.06	Cukup Puas	3.75	3.87	-0.12	Cukup puas				
18	3.79	3.97	-0.18	Cukup Puas								
19	3.7	3.77	-0.07	Cukup Puas	3.68	3.9	-0.22	Cukup puas				
20	3.65	4.02	-0.37	Cukup Puas								
21	3.91	3.92	-0.01	Cukup Puas	3.78	3.89	-0.11	Cukup puas				
22	3.62	3.85	-0.23	Cukup Puas								

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner

#### Analisis Diagram Kartesius

Hasil penilaian jawaban 100 responden terhadap 22 butir pertanyaan tentang kinerja dan harapan mereka mengenai produk dan pelayanan restoran hawai Vegetarian Muara Karang adalah seperti terlihat dalam tabel. Skor rata-rata kinerja dan rata-rata harapan adalah dasar utama bagi pemetaan dalam diagram kartesius.

**Tabel 2. Rata-rata kinerja dan kepentingan tentang kulaitas produk dan pelayanan restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang**

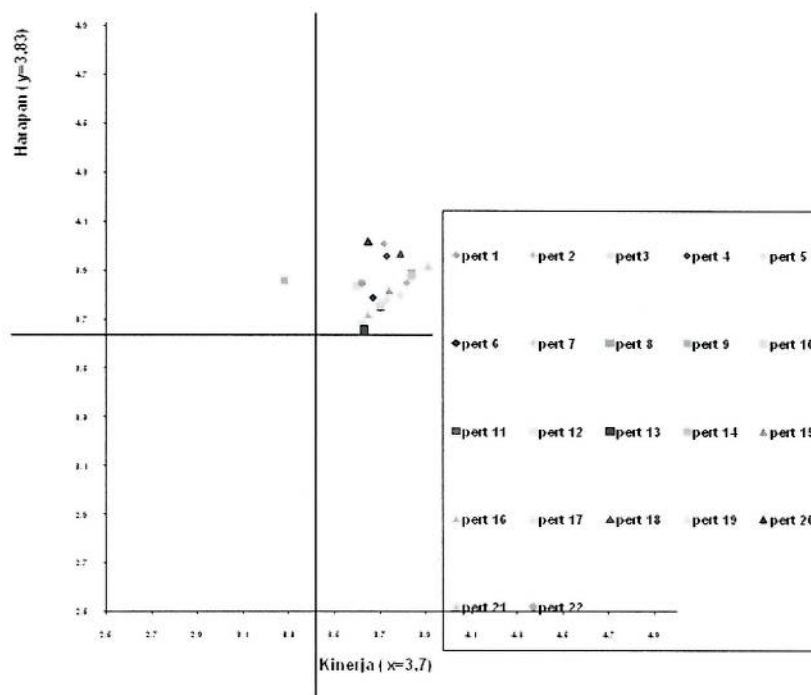
No	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap produk dan pelayanan	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Kepentingan	Kuadran
1	Merek restoran	372	401	3.72	4.01	B



2	Nama-nama makanan	382	385	3.82	3.85	B
3	Bentuk penyajian makanan	379	38	3.79	3.8	D
4	Bentuk kemasan	373	396	3.73	3.96	B
5	Kualitas kesegaran makanan	373	378	3.73	3.78	D
6	Keanekaragaman pilihan menu	367	379	3.67	3.79	C
7	Kesesuaian tampilan gambar dengan yang disajikan	37	374	3.7	3.74	D
8	Keunikan variasi menu yang ditawarkan	384	389	3.84	3.89	B
9	Keterjangkauan harga makanan	328	386	3.28	3.86	A
10	Tingkat kompetitif harga makanan	36	384	3.6	3.84	A
11	Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan	37	375	3.7	3.75	C
12	Kecepatan pengiriman	362	368	3.62	3.68	C
13	Jaminan mutu produk ketika tiba di tempat tujuan	363	366	3.63	3.66	C
14	Kesigapan dalam pelayanan	384	388	3.84	3.88	B
15	Tingkat penerimaan masukan dari pelanggan	374	382	3.74	3.82	D
16	Kecepatan dalam merespon keluhan pelanggan	365	372	3.65	3.72	C
17	Karamahatamahan dalam pelayanan	37	376	3.7	3.76	D
18	Pengetahuan karyawan akan produk	379	397	3.79	3.97	B
19	Pengetahuan terhadap keinginan pelanggan	37	377	3.7	3.77	D
20	Kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan	365	402	3.65	4.02	A
21	Kenyamanan pada saat makan	391	392	3.91	3.92	B
22	Kerapian penampilan seragam karyawan	362	385	3.62	3.85	A
				<b>3,70</b>	<b>3,83</b>	

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner

Dari hasil analisis kesenjangan (*gap*) diatas, maka tingkat kepentingan/harapan (sumbu y) dan kinerja (sumbu x) berkaitan dengan kepuasan pelanggan dapat dipetakan dalam diagram kartesius seperti yang terdapat dalam gambar 3.



**Gambar 3. Hasil perhitungan dengan Diagram Kartesius**

*Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner*

Sesuai dengan ruang lingkup dan tujuan penelitian, maka yang menjadi fokus perhatian dari diagram kartesius ini adalah indikator-indikator dimensi kualitas produk dan jasa yang berada di kuadran A. Dalam kuadran ini perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah: keterjangkauan harga makanan (9), tingkat kompetitif harga makanan (10), kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan (20), kerapian penampilan seragam karyawan (22).

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil analisis kesenjangan, baik itu per butir pertanyaan, per dimensi atau secara keseluruhan, diperoleh angka kesenjangan negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan **cukup puas** (berdasarkan 5 pengkatagorian tingkat kepuasan menggunakan skala likert) dengan kualitas produk dan pelayanan yang selama ini ditawarkan oleh restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang. Berdasarkan analisis diagram kartesius per butir pertanyaan diperoleh empat butir pertanyaan instrumen yang terletak di kudran A yaitu butir 9,10,20 dan 22. Semua butir pertanyaan kuesioner yang terletak di kuadran A merupakan prioritas utama perbaikan berkaitan dengan tingkat kepuasan yang diperoleh.

### Saran-saran

Berdasarkan hasil pemetaan dalam diagram kartesius per butir instrumen, maka prioritas utama perbaikan yang harus dilakukan oleh restoran Hawaii Vegetarian Muara Karang adalah faktor- faktor sebagai berikut:

- Harga makanan yang harus lebih terjangkau.
- Harga makanan di restoran Hawaii Vegetarian yang harus lebih murah dari restoran vegetarian lainnya.
- Lebih peduli terhadap kebutuhan pelanggan.
- Penampilan karyawan dengan seragam yang lebih rapi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip. (2003), *Marketing Management*, International Edition, Prentice Hall, Person Education International.
- Remenyi, Dan; Money, Arthur, and Sherwood-Smith, Michael. (2001), *The Effective Measurement and Management of IT Costs and Benefits*, Second Edition. Butterworth Heinemann. Oxford
- Sekaran, Uma. (2000), *Research Method For Business, A Skill- Building Approach*, Jhon Wiley & Sons, Inc
- Supranto, J. (2003), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; Untuk Meningkatkan Pangsa Pemasar*, Edisi baru Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, cetakan 5, Andi Yogyakarta.
- Umar, Husen. (2004), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.



MANAGEMENT DEPARTMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
BINUS UNIVERSITY



ISBN 978-979-18783-0-2



9 789791 878302